

# 神州行走

內地近期熱播電視劇《我的阿勒泰》，帶火了新疆阿勒泰地區布爾津縣、哈巴河縣，吸引了多地遊客前往打卡，阿勒泰搜索熱度增長超5倍。同期在內地上映的電影《九龍城寨之圍城》讓香港九龍寨城公園等成為內地遊客熱門「打卡點」。「追劇打卡」是近年旅遊業中的新興趨勢，「旅遊+影視」成為帶火一個城市、一個景區的重要途徑。然而當城市或景區面對「潑天的富貴」（內地網絡熱詞，形容一種突如其來的巨大關注度），如何避免「曇花一現」，提升吸引力實現長期收益，是一個值得思考的重要課題。

◆香港文匯報記者 曾萍 廣西報道



地點：廣西 德天瀑布

◆德天瀑布設置的咖啡廳成為不少年輕人喜愛的拍照打卡點。  
香港文匯報廣西傳真

## 開拓路徑

### 善用社媒吸Z世代 加速開發新線路

位於中越邊境線上的德天瀑布，以其壯麗的自然景觀和引人入勝的美景聞名中外。《酒是故鄉醇》、《花千骨》等內地影視劇片段便在這裏拍攝，影視劇中的精彩畫面和劇情賦予了德天瀑布更多的魅力和故事，也吸引了各地的遊客慕名前往。

#### 豐富新奇業態 放大品牌效應

雖然早在2015年，德天瀑布景區就因為《花千骨》的熱播而出圈，但是彼時的德天瀑布還只是傳統觀光景區，遊客大多只在瀑布景色最盛的夏季豐水期來，景區的營收也以單純的門票和小交通為主。而伴隨文旅產業的升級，景區投資近5億元人民幣配套建成中越風情街、中越跨境街、中越美食街區、登高觀景、「天空之戒」瞭望塔、便民服務驛站、觀瀑茶舍、觀瀑稻田咖啡時光集、奇妙·夜德天、中越文創產品旗艦店、搭建「趣邊關」平台等，豐富了遊客的遊覽體驗。

隨著Z世代群體的消費能力越來越強，且在新媒體上佔據了極大話語權，成為

文旅產品口碑的核心塑造者，德天瀑布景區除了在年輕群體為主的社交平台上做營銷之外，還增加年輕人喜愛的新奇體驗業態，如建築本身也自成一景的「天空之戒」、能在岩洞中聽瀑布品咖啡的「岩·咖啡」、能讓人一睹夜瀑風采的夜遊演藝《奇妙·夜德天》等，並通過舉辦音樂節或戶外露營活動，吸引年輕遊客群體，放大景區的品牌效應。

#### 突出「跨境」特色 一覽異國風情

去年9月15日，中國首個跨境旅遊合作區——中越德天（板約）瀑布跨境旅遊合作區啟動為期一年的試運營。該項目由中國廣西與越南高平省共同建設和實施，試運營期間，中越民眾持合法有效證件，通過便捷手續穿越中越邊境，就能一覽異國風情。這一新穎的跨境旅遊方式，吸引了不少中越遊客嘗鮮體驗。據廣西出入境邊防檢查總站碩龍出入境邊防檢查站統計，自合作區試運營以來，已累計為出入合作區旅客辦理邊檢手續18,590人次。



地點：西安 大唐不夜城

◆遊客與長安麗人互動。資料圖片

## 延續熱度

### 全景還原跨越時空 「沉浸式」領略古城風光

陝西西安擁有大量歷史名勝，秦代的宜春苑、漢代的樂遊苑、唐代芙蓉園皆曾坐落於此。2018年，西安大唐不夜城步行街對標國家5A級旅遊景區標準，對街區硬件和基礎設施配套進行全面改造升級。主題演藝《水舞光影秀》、《再回長安》和諸多小型演藝交相輝映，老字號集群、特色美食、潮流文創等業態匯聚，網絡全覆蓋、人工智能服務等陸續實現，提升了遊客的旅遊體驗。

#### 「漢服+營銷」出圈 掀起打卡熱潮

電視劇《長安十二時辰》熱播，2022年，以此為IP打造的「長安十二時辰」文旅融合主題街區也應運而生。這個將

影視劇IP全景還原，以沉浸式體驗為核心打造的全唐市井文化體驗地，自開業以來已累計接待遊客超200萬人次。

自2019年春節「西安年·最中國」活動在大唐不夜城啟動以來，視頻點擊量超25億次的「樂舞長安」「霓裳羽衣」「華燈太白」等行為藝術和表演，帶火西安旅遊的「不倒翁小姐姐」、文化底蘊與幽默氣質並存的「盛唐密盒」等，讓其頻頻出圈。

此外，為迎合年輕遊客「漢服打卡」的熱潮，在年輕人喜愛的社交平台做好營銷。今年「五一」假期，眾多遊客身著唐裝漢服到影視劇取景地打卡，領略漢唐文化。「五一」假期，西安市接待遊客逾1,330萬人次。

# 要想劇終人不散 景區運營有門道

## 「劇與景」雙向奔赴 避免「曇花一現」實現長期收益

## 黯然失色



地點：山西 喬家大院

◆多部知名影視作品均是在山西喬家大院取景。網上圖片

### 單一化缺乏特色 從「5A」到「無A」

由鞏俐主演的《大紅燈籠高高掛》等多部知名影視作品，均是在山西喬家大院取景。本身就是國家重點文物保護單位的喬家大院，每年都引得數不勝數的遊客，於2014年被國家旅遊局評定為5A級旅遊景區。然而影視劇帶來的「一時火爆」並不意味著能「永恒繁榮」，2019年7月31日，喬家大院被文化和旅遊部宣布摘牌，其從「5A」到「無A」的教訓值得鏡鑒。

#### 新鮮感不足 難留回頭客

回溯喬家大院被摘牌，其在旅遊產品開發上顯得較為單一，主要以歷史文化展示為主，缺乏多元化和個性化的旅遊產品。隨着旅遊市場的不斷發展和遊客需求的不斷變化，其室內陳列展示的部分，經常會出現展示的內容更新不及時，讓

遊客感受不到新鮮感，製作的產品不夠精緻，不足以吸引遊客二次消費，並且喬家大院的展示方式相對陳舊，和其他別的相同類型的旅遊項目，沒有太高的區分度。

同時，景區過度商業化、商舖和地攤過多、商品缺乏特色，給遊客留下了「像是去趕了一場大集」的印象，降低了遊客的滿意度和重遊率。

#### 設施服務待完善 旅遊體驗不佳

更讓遊客詬病的在其配套服務。一方面，交通遊覽方面存在不足，導致遊客在遊覽過程中感到不便或耗時過長，降低了遊覽體驗。另一方面，喬家大院在管理也存在問題，例如景區內的設施維護可能不到位，景區內的服務人員缺乏專業素質和培訓，均是遊人差評較多的部分。

## 轉型失敗



地點：江蘇無錫 統一嘉園

◆統一嘉園初期規劃「以戲帶景」的經營路線。網上圖片

### 市場定位欠準確 「以戲帶景」無起色

建於上世紀90年代的統一嘉園是當時無錫第二個人造主題公園，融自然風光與台灣歷史文化介紹於一體，初期規劃「以戲帶景」的經營路線。但園區最初希望吸引的劇組未能順利開機，導致原本依託相關電視劇熱度發展旅遊業的計劃落空。

2000年，由金庸編劇，李亞鵬、許晴主演的電視劇《笑傲江湖》，在這裏進行了取景。2004年，古裝仙俠玄幻電視劇《仙劍奇俠傳》也看上了統一嘉園的風光，來到這裏拍攝。同年，《歡天喜地七仙女》在無錫拍攝，也選擇了統一嘉園。

#### 缺乏管理維護 存在安全隱患

儘管相關劇集熱播，但園區的市場運作卻未能很好盤活資源，未能搭

上劇集帶來的效應。之後，統一嘉園轉型為媽祖文化，希望通過打造兩岸文化來發展旅遊業，但這一轉型並未能準確抓住市場需求，且長期依靠低票價吸引客人，難以為繼。

後期，統一嘉園的經營者又陷入官司糾紛，導致景區被法院查封。在查封期間，景區缺乏有效的管理和維護，部分建築年久失修、環境惡化，進一步降低了其吸引力。此外，景區在後期還出現了安全隱患，這也對其經營產生了負面影響。2005年，統一嘉園的所有者無錫專園置業投資有限公司因為經營不善等原因，無奈將統一嘉園閉園。

據內地媒體2023年10月的報道，廢棄多年的「統一嘉園」由當地國資收購，已開展文旅概念策劃，後期將對現有建築進行修繕以及活化利用，打造成沉浸式體驗的高端文旅產品，並適時重新對外開放。

## 體驗與服務並重 深度與創新兼行

### 特稿

「一部劇帶火一座城」並不是個例，無論是此前的《狂飆》、《去有風的地方》帶火的江門、大理的旅遊，還是如今《我的阿勒泰》、《九龍城寨》熱映給新疆和香港旅遊增添大批的客流量，相對於一些商品在影視劇中植入廣告，旅遊目的地作為拍攝外景地在影視作品、電視節目中做宣傳，更能讓觀眾接受。這種通過熱門影視作品藉機發展城市，被稱為「煙花效應」，影視作品猶如一場絢爛的煙花，煙花同時會照亮下面的景色。廣西旅遊學者陸靜認為，面對影視劇帶來的流量，旅遊目的地要做的是在短期窗口內，在完善基礎設施建設的同時，深入挖掘文化，從而放大影視IP的煙花效應，將短期流量變成長期紅利。

#### 親歷風土人情 獲取獨特感受

「如今走馬觀花式的旅遊已不被遊客所接受，遊客更加注重旅遊的體驗性，他們追求跟隨故事去目的地，或者到一個地方去挖掘它的風土人情，然後獲得不同的體驗。」陸靜表示，「影視+目的地」的關係日益緊密，然而影視劇為目的地帶來短期暴增流量的同時，也考驗着旅遊目的地的承載能力。「作為影視劇拍攝的目的地，當地有關部門要做好預判，完善基礎設施建設，讓相關景區、景點等有能力將遊客「引進來、散出去」，形成良性的互動，提升遊客的遊覽體驗。」在陸靜看來，旅遊目的地需要不斷改善當地的配套設施、服務，要注重

完善目的地的硬件服務設施，提升服務質量，才能打造出優質的IP景點。

#### 深入挖掘文化 推陳出新「保鮮」

中國旅遊研究院數據顯示，24.5%的中國遊客表示，會在觀看某部影視綜藝後，對一個從未關注過的「目的地」動心。然而這動心來得快，去得也快。為此陸靜表示，單有文化IP熱點話題還不夠，因為影視永遠是跟文化聯繫在一起的，要發展影視旅遊，就要對文化進行深入挖掘，讓遊客能夠有新的發現和體驗。「只有源源不斷地提供吸引遊客的新鮮素材，這樣才能保證旅遊場景的推陳出新，將盈利點盡可能地延伸。」